

**OMPI/PI/ASU/06/2**

**ORIGINAL:** Español

**FECHA:** Julio 2006



MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO DE  
LA REPÚBLICA DEL PARAGUAY



ORGANIZACIÓN MUNDIAL  
DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

## **TALLER NACIONAL DE LA OMPI SOBRE LOS SIGNOS DISTINTIVOS Y LOS DISEÑOS INDUSTRIALES COMO HERRAMIENTAS DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**

organizado por  
la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)  
conjuntamente con  
el Ministerio de Industria y Comercio de la República del Paraguay  
a través de  
la Dirección General de Propiedad Intelectual

**Asunción, 6 y 7 de julio de 2006**

LA PROTECCIÓN DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN  
EN LA UNIÓN EUROPEA

*Documento preparado por la Sra. Audrey Aubard, Abogada, Service Juridique et  
International, Institut National des Appellations d'Origine (INAO), París*

Diapositiva 1



## La protección de las denominaciones de origen en la Unión Europea

*Audrey AUBARD, Abogada, INAO - Francia*

Asunción - Julio 2006

Diapositiva 2



Taller OMPI - Julio 2006

- I) El reglamento CE N°510/2006
- II) El sistema francés
- III) Presentación de un caso:  
AOP Piment d'Espelette

Diapositiva 3

## Por qué una Indicación Geográfica?

- Herramienta de protección:
  - protege al productor de las falsificaciones y la competencia desleal
  - al consumidor de los engaños
- Herramienta de desarrollo económico

Diapositiva 4

### Las IG francesas (AOC + IGP)



- 607 productos reconocidos como IG
- 112 solicitudes pendientes
- 140 000 productores
- Un valor de negocios de 19 billones de € al año
- 1/4 agricultor involucrado en el sistema IG

Diapositiva 5

### Las IG : una herramienta de desarrollo rural



- Mantiene y revitaliza las zonas rurales
- Valoriza la producción de productos elaborados con usos y técnicas tradicionales
- Permite la promoción del patrimonio agrícola nacional, preservando las tradiciones culturales
- Favorece la biodiversidad

Diapositiva 6

### Los objetivos de la UE

- Fomentar la diversificación de la producción agrícola y el desarrollo rural
- Responder a la demanda de los consumidores (origen + datos claros)
- Proteger ciertos productos reconocidos por su procedencia geográfica

Diapositiva 7

## La elección europea

- Un **sistema legal comunitario** para proteger los nombres geográficos: las IG
- Un sistema **voluntario** (basado en la iniciativa de los productores)
- Una protección via **un registro**
- Un sistema **abierto**



**Reglamento N° 510/2006 del 20 de Marzo 2006 relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios**

Diapositiva 8

## Qué es el R 510/2006 ?

- Un enfoque más uniforme para la protección en la UE
- Para productos agrícolas y alimenticios
- 2 niveles diferentes de referencia geográfica: DOP, IGP
- con la misma protección para ambos

Diapositiva 9

## Criterios de identificación de las IG

- Un vínculo con el terruño o el territorio
- Un producto con reputación
- Un sistema de garantía de las características y del origen del producto
- Dos opciones posibles: la denominación de origen (DO/AO) o la indicación geográfica (IG)

Diapositiva 10

**DO/AO**  **IG**

**Características comunes**

- Nombre de una región que sirve para designar un producto agrícola o alimenticio como **originario** de este lugar,

 **DIFFERENCIA: VÍNCULO AL ORIGEN**

<ul style="list-style-type: none"><li>■ <b>Las cualidades o características del producto son debidas esencialmente o exclusivamente a su medio geográfico abarcando los factores naturales y humanos</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ El producto presenta <b>una cualidad específica, una reputación u otras características</b> atribuibles al origen geográfico</li></ul>
--	--

**Esta diferencia implica obligaciones específicas en el lugar de producción**

Diapositiva 11

**De qué productos se trata?**

- Carne fresca
- Quesos
- Otros productos de origen animal (huevos, miel)
- Materias grasas (mantequilla, aceites)
- Frutas, hortalizas, cereales
- Pescados, moluscos
- Cervezas, panadería
- Gomas y resinas naturales, aceites esenciales etc...

Diapositiva 12

**Exclusión**

- Vinos y aguardientes
- Artesanía
- Otros productos industriales (sal)
- Platos compuestos
- Caldos
- Etc...

Diapositiva 13

## Los solicitantes

- Los solicitantes: agrupaciones representantes de los productores, transformadores interesados en el mismo producto o una persona (física o moral)
- Sus tareas:
  - Preparación de la solicitud
  - Presentación del pliego de condiciones
  - Papel predominante después del registro

Diapositiva 14

## Elementos del pliego de condiciones

- a) el nombre del producto + DO o IG;
- b) la descripción del producto (las materias primas, las principales características físicas, químicas, microbiológicas y/u organolépticas del producto);
- c) la delimitación de la zona geográfica;
- d) los elementos que prueban que el producto es originario de la zona geográfica;
- e) la descripción del método de obtención del producto

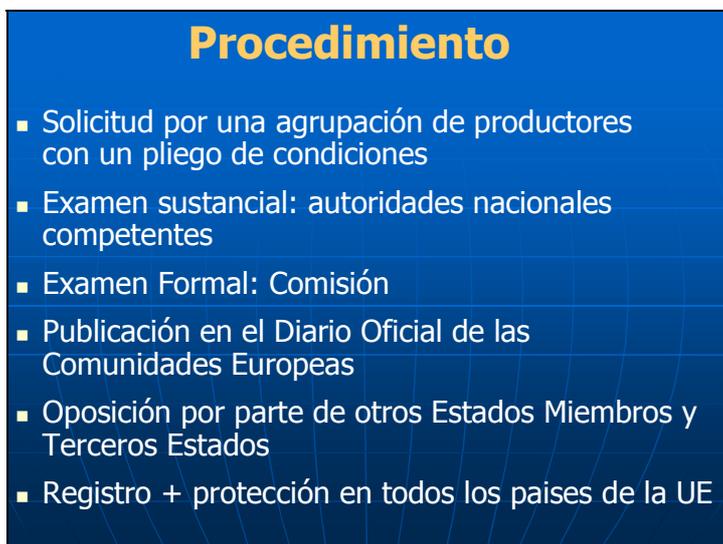
Diapositiva 15

- f) los factores que acreditan el vínculo con el medio geográfico o con el origen geográfico;
- g) las referencias relativas a la estructura de control;
- h) los elementos específicos del etiquetado vinculados a la mención « DOP » o « IGP », o las menciones tradicionales nacionales equivalentes;
- i) otros requisitos

Diapositiva 16



Diapositiva 17



Diapositiva 18



Diapositiva 19

## Los principios de base para las DOP/IGP

<ul style="list-style-type: none"><li>■ Una protección fundada sobre un registro:<ul style="list-style-type: none"><li>• Examen por los Estados miembros</li><li>• Imposibilidades de registro: Genericidad, Marca, Nombre de variedad vegetal o de raza</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Una protección contra:<ul style="list-style-type: none"><li>• Utilización directa o indirecta incluso para los desvíos de notoriedad</li><li>• Usurpación, imitación</li><li>• Indicación falsa</li><li>• Toda práctica susceptible de engañar al público</li></ul></li></ul>
--	---

Diapositiva 20

## Características del sistema francés de las IG

- El INAO: Una expresión colectiva
- Una asociación estrecha de los profesionales:
  - Una presidencia asegurada por los profesionales
  - Un lugar de concertación entre profesionales y la administración
- Un procedimiento de reconocimiento iniciado por los profesionales
- Un mecanismo de control exigente

Diapositiva 21

## Situación del I.N.A.O.

Ministerio de la Economía	Ministerio de la Agricultura
■ Patentes, Marcas	■ Indicaciones Geográficas
↓	↓
<b>INPI</b>	<b>INAO</b>

Diapositiva 22

## Los servicios del INAO



- Un establecimiento público administrativo bajo tutela del Ministerio de la Agricultura
- Un presupuesto del Estado y de los profesionales (75/25)
- Sede en París
- 26 centros en provincia
- 260 agentes públicos

Diapositiva 23

## Misiones del INAO

- **Definir** las indicaciones geográficas (AOC y IGP)
- Participar en el **control** de los productos bajo AOC o IGP
- Contribuir a la **protección** de las AOC y IGP contra las falsificaciones en Francia y en el extranjero
- **Promover** el concepto de IG

Diapositiva 24

## Los objetivos de la protección

- Favorizar una competencia leal entre los productores
- Ayudar a los consumidores informándoles sobre las características específicas de los productos
- Proteger las denominaciones de productos contra las usurpaciones e imitaciones
- Preservación de un patrimonio nacional y económico: terruños, *savoir-faire*, productos

Diapositiva 25

**La protección en Francia**

**El INAO es competente para actuar en justicia para la protección de las denominaciones de origen y de las indicaciones geográficas**

**Art. L 641-6 del Código Rural**

Diapositiva 26

**Tipos de protección de las IG**

- Protección penal: sanción de los fraudes
- Protección de los terruños y de los paisajes
- Protección de los nombres en Francia y en el extranjero

Diapositiva 27

**Protección - Procedimientos**

- Procedimiento penal: no respeto del pliego de condiciones
- Procedimiento civil: uso del nombre /relaciones con marcas

Diapositiva 28

## La protección de los nombres

- Herramienta:
  - Protección vía las reglas relativas a la valorización de los productos agrícolas y alimenticios
  - Protección vía el derecho de las marcas
- Casos de conflictos:
  - Relaciones IG/Marcas
  - Tipología de usos indebidos

Diapositiva 29

## Asociación IG + marcas: La experiencia francesa



Appellation d'origine (GI)  
CHAMPAGNE

Marca  
Company  
TAITTINGER™

Diferentes por la ley y la naturaleza  
Complementariedad en el mercado

Diapositiva 30

## Conflictos entre marcas y DOP/IGP

- Protección amplia de las IG:
  - ➔ Para productos similares: prohibido (usurpación)
  - ➔ Para productos distintos: excluidos si riesgo de debilitamiento o alteración de la notoriedad de la IG
- Relación con marcas anteriores: un examen caso por caso que depende del riesgo de confusión

Diapositiva 31

### Usurpaciones/Productos comparables

Australia



Lentejas verdes del Puy

Alemania

Diapositiva 32

### Desvío de notoriedad/ Productos distintos



- *Champagne* para galletas (Argentina/Chile)

Diapositiva 33

### Presentación de caso:

**AOC « Piment D'Espelette »  
Ezpeletako Biperra**



Diapositiva 34

### **Una IG para el Piment d'Espelette**

- Un producto con alta calidad y una identidad fuerte/típico
- Problemas de usurpación, fraudes
- Preocupación de los consumidores
- Problemas de protección de la agricultura local y familiar

Diapositiva 35

### **Historia del Registro**

- 1993: Constitución del grupo de productores + solicitud al INAO
- 1997: Reconocimiento del principio de la IG por el INAO
- 1 de Junio 2000: Decreto de la IG publicado al JORF
- 21 Agosto 2002: Registro por la Comisión Europea

Diapositiva 36

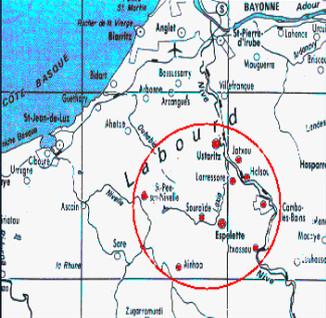
### **Algunos elementos del pliego de condiciones**

- Después de haber crecido durante el invierno en invernaderos, se plantan las semillas en los campos a partir del 1 de Mayo
- Dimension: entre 7 y 14 cm
- Una cosecha manual: solo las frutas más rojas, de Agosto hasta octubre-noviembre

Diapositiva 37

## Área Geográfica

- **2 municipios enteros :**  
Larressore, Souraïde
- **8 municipios en parte:**  
Aïnhoa, Cambo-les Bains,  
Espelette, Halsou, Itxassou,  
Jatxou, Saint-Pée-sur-Nivelle,  
Ustaritz.



Diapositiva 38

## Productos cubiertos por la IG

El fresco



Las cuerdas





El polvo



Diapositiva 39

## Consecuencias del registro de la IG

- Una mejor protección para el nombre contra los abusos en Francia
- Un aumento de :
  - la producción (de 250 t en 2000 a 400 t en 2004)
  - los productores (de 40 en 2000 a 100 en 2004)
  - los precios (de 10 € en 1994 a 20 € en 2004)

Diapositiva 40

### **Impacto de la IG « Piment d'Espelette »**

- En el territorio:
  - conservación de la población en el territorio
  - instalación de productores jóvenes
- Una dinámica turística:
  - « la fête du piment » ( 60 000 personas)
  - desarrollo de la economía local (artesanía, restaurantes...)

Diapositiva 41

### **Pero una vigilancia....**

- En el pliego de condiciones: hacia el mejor Piment d'Espelette
- En las usurpaciones: primer caso en Canada



Diapositiva 42



**Gracias  
Merci**

[a.aubard@inao.gouv.fr](mailto:a.aubard@inao.gouv.fr)

[www.inao.gouv.fr](http://www.inao.gouv.fr)